تكنولوجيا

كيف يساعد الذكاء الاصطناعي تجار التجزئة في تحليل سلوك المستهلك بدقة؟

خاصة خلال موسم التسوق فترة الأعياد



يعزز الذكاء الاصطناعي من كفاءة العمليات ويوفر تجارب تسوق شخصية من خلال تحسين الاتصال وتوفير تحليلات فورية (أ.ف.ب)

لندن: نسيم رمضان

نُشر: 11:00-28 مارس 2025 م . 29 رَمضان 1446 هـ

يشهد قطاع التجزئة في المملكة العربية السعودية تحولاً جذرياً، حيث يقود الذكاء الاصطناعي ثورة في كيفية تفاعل المستهلكين مع العلامات التجارية ويعزز الكفاءات التشغيلية من خلال تمكين عمليات أكثر ذكاءً وأماناً وكفاءة. يقول محمد المهدي، المدير الإقليمي الأول للمبيعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشركة «جونيبر نتوركس» إن الشبكات المدعومة بالذكاء الاصطناعي توفر اتصالاً سلساً وتحليلات فورية، وهي عناصر حاسمة لتعزيز الأمان في المتاجر وتحسين سلاسل التوريد. ويضيف خلال حديثه مع «الشرق الأوسط» أن هذه التقنيات لا تقتصر على تحسين تجارب العملاء عبر تحسين شبكات «الواي - فاي» فحسب، بل تعزز أيضاً الأمان من خلال كشف التهديدات تلقائياً، وهو أمر بالغ الأهمية لحماية المعاملات والبيانات الحساسة.

يعد محمد المهدي أن منصة «جونيبر نتوركس» للشبكات المدعومة بالذكاء الاصطناعي تعلب دوراً محورياً في هذا التحول، حيث تتيح لتجار التجزئة تقديم تجارب تسوق فائقة التخصيص. ويشير إلى أن «تجار التجزئة الذين يستثمرون في المنصات المدعومة بالذكاء الاصطناعي يشهدون تحسناً ملحوظاً في زمن التشغيل، وانخفاضاً في مشكلات الشبكة، ونشراً فائق السرعة للحلول»، مؤكداً تأثير هذه التقنية في كفاءة العمليات ومقاييس تجربة المستخدم.



محمد المهدي المدير الإقليمي الأول للمبيعات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بشركة جونيبر نتوركس (جونيبر نتوركس)

الذكاء الاصطناعي في تحليل التسوق الموسمي

خلال مواسم التسوق الكبيرة مثل شهر رمضان وعيدي الفطر والأضحى، يعتمد تجار التجزئة السعوديون على الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المستهلكين بدقة. تتيح هذه المقاربة القائمة على البيانات التحسين الفوري للمخزون والتسعير واستراتيجيات التسويق. ويوضح المهدي أن الحلول المدعومة بالذكاء الاصطناعي توفر تحليلات متعمقة من خلال مراقبة حركة العملاء واتجاهات الشراء، مما يمكّن من التحليلات التنبؤية لتوقع الطلب وضمان مستويات المخزون المثلى. ويصرح بأن «هذا النهج لا يقلل من حالات النقص فحسب، بل يمكّن أيضاً من التسعير الديناميكي وحملات التسويق المخصصة التي تلقى صدى جيداً لدى المستهلكين».

تعزيز تجربة العملاء والأمان

تلعب الشبكات المدعومة بالذكاء الاصطناعي دوراً أساسياً في تخصيص تجربة التسوق فورياً، مستفيدةً من بيانات تفاعلات العملاء وسجلات التصفح والرؤى القائمة على الموقع. ويؤكد المهدي أن «هذه الشبكات تخصص توصيات المنتجات والعروض الترويجية، مما يعزز تجربة التسوق مع ضمان أمان قوي من خلال كشف التهديدات المدعوم بالذكاء الاصطناعي». توفر هذه القدرة المزدوجة رحلة عملاء سلسة وآمنة، مما يمهد الطريق لبيئات تجزئة تنافسية عالمياً في السعودية.

تمكين تجارة التجزئة الصغيرة

عند سؤاله عن كيفية مساعدة التخصيص الفائق المدعوم بالذكاء الاصطناعي لتجار التجزئة الصغار والمتوسطين في المنافسة مع عمالقة مثل «أمازون» و«نون»، يبدي المهدي تفاؤلاً عادّاً أنه يمكن للتجار الصغار الاستفادة من الذكاء الاصطناعي لتقديم تجارب مخصصة تبني علاقات قوية مع العملاء وتميزهم عن اللاعبين الكبار. ويرى أن هذا الطابع الشخصي يعدّ ضرورياً للتجار الصغار الذين يهدفون إلى تعزيز العلاقة الحميمة مع العملاء وولائهم.



التقنيات المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تمكّن تجار التجزئة من تحليل سلوكيات التسوق خلال المواسم الرئيسية مثل رمضان والعيد (شاترستوك)

فوائد ما بعد رمضان

بعد مواسم الإنفاق المرتفع، يصبح دور الذكاء الاصطناعي حاسماً في تحليل التحولات في عادات إنفاق المستهلكين. وينوّه المهدي إلى أن الذكاء الاصطناعي يساعد في تخصيص العروض الترويجية والعروض للاحتفاظ بالعملاء وتشجيع التفاعل المستمر. يمكن لبرامج الولاء الفعالة، المدعومة بالذكاء الاصطناعي، تحديد تفضيلات العملاء وتقديم خصومات أو اقتراحات منتجات مستهدفة، مما يعزز الاحتفاظ بالعملاء ورضاهم.

وبالنظر إلى المستقبل، سيشهد قطاع التجزئة تطورات مستمرة في الذكاء الاصطناعي، بدءاً من تحسين تحليل البيانات والتعلم الآلي وصولاً إلى معالجة اللغة الطبيعية المتطورة. وينصح المهدي بأن «يستثمر تجار التجزئة السعوديون في هذه التقنيات ويحافظوا على اطلاع دائم على الاتجاهات الناشئة ليبقوا منافسين». علاوة على ذلك، سيكون التركيز على الاستخدام الأخلاقي للبيانات والخصوصية أمراً بالغ الأهمية للحفاظ على ثقة المستهلكين.

من المتوقع أن تتطور الشبكات المدعومة بالذكاء الاصطناعي بشكل كبير خلال السنوات الخمس المقبلة، حيث ستمتزج بشكل أعمق مع تحليلات البيانات الفورية وتجارب القنوات المتعددة. ويتوقع المهدي حدوث تطورات في الذكاء الاصطناعي قد تؤدي إلى أنظمة تجزئة مستقلة، تدير كل شيء من المخزون إلى تفاعلات العملاء. يقول: «لن يقتصر هذا التطور على تحسين تجربة المستهلك فحسب، بل سيعمل أيضاً على تبسيط العمليات الخلفية، مما يجعل التجزئة أكثر كفاءة واستجابة».

يحدد دمج الذكاء الاصطناعي في التجزئة معياراً جديداً للقطاع في السعودية. بينما تتقدم المملكة نحو تحقيق أهداف «رؤية 2030»، سيكون تبني تقنيات الذكاء الاصطناعي في التجزئة أمراً بالغ الأهمية لتحقيق بيئة تسوق مستدامة ومبتكرة وصديقة للمستهلك.

